

8344
QA

ORIGINAL

BEFORE THE
DEPARTMENT OF TRANSPORTATION
WASHINGTON, D. C.

DEPT. OF TRANSPORTATION
DOCKET SECTION

98 APR -3 AM 9:26

Joint Application of

UNITED AIR LINES, INC.
and
DEUTSCHE LUFTHANSA, A.G.
(LUFTHANSA GERMAN AIRLINES)

OST-96-1116 -10

for approval of and antitrust immunity
for an expanded alliance agreement
under 49 USC 41308 and 41309

ANSWER OF AMERICAN AIRLINES, INC.

Communications with respect to this document should be sent to:

GERARD J. ARPEY
Senior Vice President -
Finance and Planning and
Chief Financial Officer
American Airlines, Inc.
P.O. Box 619616, MD 5621
DFW Airport, Texas 75261

EDWARD P. FABERMAN
Vice President - Government
Affairs
American Airlines, Inc.
1101 17th Street, N.W.
Suite 600
Washington, D.C. 20036

ARNOLD J. GROSSMAN
Vice President - International
Affairs
American Airlines, Inc.
P.O. Box 619616, MD 5635
DFW Airport, Texas 75261
(817) 967-3185

CARL B. NELSON, JR.
Associate General Counsel
American Airlines, Inc.
1101 17th Street, N.W.
Suite 600
Washington, D.C. 20036
(202) 496-5647

April 3, 1996

16 pgs.

BEFORE THE
DEPARTMENT OF TRANSPORTATION
WASHINGTON, D. C.

Joint Application of

UNITED AIR LINES, INC.
and
DEUTSCHE LUFTHANSA, A.G.
(LUFTHANSA GERMAN AIRLINES)

OST-96-1116

for approval of and antitrust immunity
for an expanded alliance agreement
under 49 USC 41308 and 41309

ANSWER OF AMERICAN AIRLINES, INC.

American Airlines, Inc., pursuant to Order 96-3-26, March 13, 1996, hereby answers the joint application of United Air Lines, Inc. and Lufthansa German Airlines for approval of and antitrust immunity for an expanded alliance agreement.

On November 3, 1995 -- almost four months before United and Lufthansa filed their application on February 29, 1996 -- American and Canadian Airlines International, Ltd. submitted an application for approval of and antitrust immunity for a similar alliance agreement (OST-95-792). Moreover, on September 8, 1995 -- almost six months before United and Lufthansa filed -- Delta Air Lines, Inc. and its partners Swissair, Sabena, and Austrian Airlines submitted an application for approval of and antitrust immunity for their alliance agreement (OST-95-618).

In these circumstances, it would be contrary to fair and orderly administrative procedures to move forward with the United/Lufthansa application until the Department has acted on the long-pending American/Canadian and Delta/Swissair/Sabena/Austrian applications. Surely United and Lufthansa should be required to wait their turn in the administrative process, and not jump ahead of other carriers that filed applications for similar relief many months ago.

The American/Canadian application is more worthy of approval than the United/Lufthansa request based on actual marketplace competition. The U.S.-Canada market is far more competitive than the U.S.-Germany market, which is dominated by Lufthansa. Lufthansa and its affiliates hold a 33.5 percent share of U.S.-Germany nonstop weekly frequencies, and -- as will be shown below -- Lufthansa participates in a number of exclusionary tactics to prevent effective CRS competition in Germany. The frequency share of Lufthansa and United combined is 40 percent. With the exception of Delta, none of the other 12 nonstop carriers in the U.S.-Germany market has a share exceeding 8.7 percent. See Attachment 1.

In the U.S.-Canada market, by contrast, the nonstop transborder frequency share of American and Canadian combined is 14 percent. Air Canada has the largest share, at 24.8 percent, followed by 31 carriers with shares ranging downward

from 8.6 percent. See Attachment 2. The U.S.-Canada market is fiercely competitive, and is becoming more competitive as new services are added by the carriers of both countries under the liberalized agreement.

Once approval of the American/Canadian application has occurred, the Department should approve the United/Lufthansa application only after Lufthansa has agreed to discontinue the various practices which have prevented effective distribution competition in Germany.

As the Department has long been aware, overtly discriminatory and anticompetitive distribution practices by carriers and travel suppliers affiliated with the Amadeus CRS¹ have been a constant problem since American began marketing SABRE in Europe some 10 years ago. SABRE's market share in Amadeus countries is less than half of SABRE's share in comparable European markets, and proves beyond doubt that this discrimination has been effective.

Germany is by far the largest home market in which Amadeus operates. Within Germany, Amadeus is marketed by a company known as Start, which is jointly owned by Lufthansa, German Rail, and TUI (the largest German tour operator). Through cross-ownership and other affiliations, Lufthansa has

¹Amadeus is jointly owned by Lufthansa, Air France, Iberia, and Continental.

orchestrated a concerted effort that has had the effect of keeping the largest tour companies out of SABRE, and of minimizing participation in SABRE by German charter carriers. Lufthansa has also refused to provide important functionality to SABRE to offer a full range of services to frequent flyers and business travelers, thus precluding airlines other than Lufthansa/United, and CRSs other than Start/Amadeus, from competing effectively in the German market.

- Tour Companies. Access to tour companies is essential to German travel agencies. Unlike Americans, most Germans use a tour company when traveling for leisure. Many of the major tour companies in Germany, including TUI (by far the largest), LTU, Der Tours, and Ameropa, are owned in whole or in part by one of more companies affiliated with Start and Amadeus.² None of these tour operators has signed agreements with SABRE. SABRE has been pursuing TUI for five years, and has no prospect of being able to distribute TUI in the near future.

Indeed, TUI executives recently advised SABRE that, in order to protect Start/Amadeus market share, they had decided not to make TUI available through any system other than Start/Amadeus. Some 4,000 travel agencies in Germany --

²We note that NUR, the second largest tour company in Germany, is not affiliated with Amadeus, and does participate in SABRE.

accounting for nearly half of all travel agency locations -- distribute TUI products. Because of contractual commitments with TUI, these agencies are precluded from selling NUR, Germany's second largest tour company, meaning that these agencies must have a system that provides access to TUI. This huge segment of the market is not likely to use SABRE unless SABRE can distribute TUI.³

Moreover, as shown by Attachment 3, recent reports in the German travel press regarding TUI's refusal to distribute its products through any CRS other than Start/Amadeus strongly suggest that TUI's boycott of SABRE is part of a auid pro quo with Lufthansa for a reduced fee for bookings in Start/Amadeus:

"TUI, DB [German Rail], and Lufthansa could only come to an agreement after tough rounds of discussions within the board of directors. The strenuous compromise, which resulted particularly after considerable concessions of Lufthansa, could be brought off balance. It could have been that the SABRE options had exercised certain pressure on Lufthansa to

³The exclusionary tactics now being used by TUI were also used by German Rail, a co-owner of Start along with Lufthansa and TUI. German Rail had allowed access to its services only through Start/Amadeus, and refused to participate in SABRE. This discriminatory practice helped Start/Amadeus achieve a 90 percent share of the CRS travel agency market in Germany. On March 24, 1995, SABRE filed a complaint against German Rail with the German Cartel Office. Following an investigation by the Cartel Office, in January 1996 German Rail provided the Cartel Office with a commitment of undertakings to participate in SABRE. SABRE is currently working with German Rail to finalize that commitment.

agree to their concessions. TUI however emphasizes that their main interest is to protect START."

In these circumstances, it would clearly be contrary to the public interest for the Department to grant antitrust immunity to any arrangement involving Lufthansa until these matters have been resolved.

- Charters. Charters are very important to the leisure travel market in Europe, particularly in Germany. As much as 30 percent or more of airline bookings in Germany are on charters, and in some cities, such as Munich, charter flights may outnumber the flights of full service scheduled carriers. Some charter carriers also operate regularly scheduled flights and make limited seats available to last minute travelers. As with the tour companies, many of the largest charter carriers in Germany are affiliated with Start, Amadeus, or their affiliates. These include Hapag-Lloyd (the third largest German charter carrier), which does not participate in SABRE at all, and Eurowing (the fifth largest), which participates at a materially lower level in SABRE than it does in Start/Amadeus.


- Missina Functionality. Through Start/Amadeus, Lufthansa provides special privileges to its most valued frequent flyers, such as seating preferences, wait list priority, class of service upgrades, and ticketless transactions. This

is very important CRS functionality, particularly for travel agencies that serve business travelers. Lufthansa could provide this functionality to SABRE through a variety of technical solutions, but has refused to do so. In addition, many business travelers in Germany purchase "tickets on departure" (TODs), which they can pick up at the airport counter. In Germany, Lufthansa provides this important functionality only through Start/Amadeus, even though Lufthansa allows SABRE to issue TODs in the United Kingdom.

As shown above, Lufthansa is engaging in a number of discriminatory and anticompetitive practices with respect to SABRE in Germany. It would be contrary to the public interest for the Department to approve the United/Lufthansa application until these practices have ceased, and SABRE is finally allowed to compete effectively in the German market.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in cursive script, appearing to read "Carl B. Nelson", is written over a solid black rectangular redaction box.

CARL B. NELSON, 
Associate General Counsel
American Airlines, Inc.

April 3, 1996

American Airlines, Inc.

U.S. - Germany Market Share Nonstop Weekly Frequencies

		Operated Roundtrip Frequencies 1/	
LH, United and Affiliates	Lufthansa	105	32.5%
	Condor	0.5	0.2%
	Lauda	3	0.9%
	Total	108.5	33.5%
	United	21	6.5%
LH, United and Affiliates Total		129.5	40.0%
Delta		77	23.8%
USAir		28	8.7%
American		21	6.5%
Northwest		15	4.6%
Continental		14	4.3%
LTU		13	4.0%
World		a	2.5%
TWA		7	2.2%
Singapore		4	1.2%
Air New Zealand		3	0.9%
PIA		3	0.9%
Kuwait Airways		1	0.3%
Grand Total		323.5	100.0%

1/Totals may not add due to rounding.

2/ Round robin Frankfurt - San Juan - Antigua - Frankfurt.

U.S. - Canada Transborder Market Concentration Before and After Alliance

Rank	Operating Carrier	Frequency Share Before	HHI Score Before	Frequency Share After	HHI Score After
1	Air Canada	24.84%	616.80	24.64%	616.60
2	American	8.59%	73.71	a0096 1/	0.00 1/
3	Business Express 2/	6.86%	47.27	6.86%	47.27
3	Northwest	6.86%	47.27	6.88%	47.27
5	Delta	6.45%	41.57	6.45%	41.57
6	United	5.69%	32.39	5.69%	32.39
7	Canadian	5.43%	29.46	1401% 3/	196.37 3/
8	USAir	4.93%	24.35	4.93%	24.35
a	Horizon 2/	4.93%	24.35	4.93%	24.35
10	Air Ontario 2/	4.54%	20.61	4.54%	20.61
11	USAir Express 2/	3.98%	15.84	3.98%	15.84
12	Air BC 2/	2.60%	6.75	2.60%	6.75
13	Comair 2/	2.43%	5.93	2.43%	5.93
14	Flagship Airlines 4/	2.30%	5.30	230%	5.30
15	Mesaba 2/	1.97%	3.90	1.97%	3.90
16	Air Alliance 2/	1.02%	1.04	1.02%	1.04
17	Air Nova 2/	0.95%	0.91	0.95%	0.91
18	Kenmore Air Harbour	0.69%	0.46	0.69%	0.48
19	Ontario Express 5/	0.66%	0.43	0.66%	0.43
19	Time Air 5/	0.66%	0.43	0.66%	0.43
21	Air Atlantic 5/	0.63%	0.39	0.53%	0.38
22	America West	0.46%	0.21	0.46%	0.21
22	Continental	0.46%	0.21	0.48%	0.21
22	Reno Air	0.46%	0.21	0.46%	0.21
2s	Midwest Gpress	0.39%	0.16	0.39%	0.16
26	Skyway Airlines 2/	0.36%	0.13	0.36%	0.13
27	British Airways	0.23%	0.05	0.23%	0.05
26	Air North	0.20%	0.04	0.20%	0.04
29	Athabaska Airways	0.13%	0.02	0.13%	0.02
29	Columbia Pacific	0.13%	0.02	0.13%	0.02
31	Royal Air Maroc	0.10%	0.01	0.10%	0.01
32	Taquan Air Service	0.03%	0.00	0.03%	0.00
Total		100%	1,000	100%	1,093
Change In HHI Score					+93 +9.3%

1/ American and Canadian combined below.

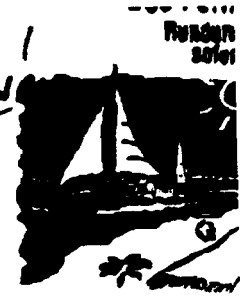
2/ Regional airline partner of non-alliance carrier(s).

3/ American and Canadian combined.

4/ Regional airline partner of American.

5/ Regional airline partner of Canadian.

TW international



R. 7 ZEITUNG FÜR DIE DEUTSCHE TOURISMUSWIRTSCHAFT

UI-Buchungszulage endlich mal nicht zu meckern?

aktive Reaktionen aus der Reise-
ro-Vertrieb unter TUI-Vorstand Nor-
Mensch, weil statt Reisepreisen
eine Buchungszulage für Kan-
und Griechenland das bis-
mergesellschaft eingekurbel werden
Ähnliche Aktionen für wei-
schließt er nicht aus, Preis-
in nicht geplant. In sein
werbung prägend der
jezt stärker prägnante
ore, die sich im Wettbewer-
lassen können.

Medienkongress ne Auffahrt bei en

ist das Internet mehr H-
vielen Ampeln und Sta-
er Information Highway. D-
büro sollen sich eine eig-
beuten, weil die Kunden
en werden. Das Marketing
scheidenden Erfolgsfaktor,
selbst mehr bereit, ist sch-
ich für das einzelne Unter-
nehmen.

Flugschaureise 1995 deutsche Carrier mit in Prozent Plus

Flugschaureisemarkt ist
wächst um über zehn Pro-
zent. Dies ergibt die Addi-
tionalen öffentlichen Flug-
ausgaben Ferien- und Char-
terflügen. Die von der ADV
stallungsverkehr ermittelt
an dem realistischen Bild
roten Carrier inzwischen
sodus operieren.

Amadeus-Eigentümer müssen der Allianz mit START zustimmen

Sabre droht TUI mit Kartellamt

FW 15. 9. 98. Die Abgabe der TUI erwies sich wie eine eiskalte Dusche.
Während der ITB teilte TUI-Chef Dr. Rolf Corsten Sabres Spitzenmann in Europa, Eric Speck, mit,
daß sich die TUI nicht dem Vertrieb über weitere CHS öffnen werde.
Diese Entscheidung soll die START-Amadeus-Allianz stützen.

VON GEORG JEGMINAT

Sabre sieht damit die eigenen
hochliegenden Pläne, in
Deutschland touristische
Reisebüros als Kunden zu gewin-
nen, mißbräuchlich ausgebrems-
t und will die Haltung der
TUI kartellrechtlich
überprüfen lassen. Der
DB hat Sabre auf diesem Weg be-
reits eine Öffnung für weitere Sy-
steme abgerufen. Wenn Hunder-
kartellamt wird nun die
Frage zu entscheiden
sein, ob die starke
Markenstellung der TUI
mit der Monopolstel-
lung der DB vergleich-
bar ist und das TUI-
Verhalten deshalb als
Mißbrauch gewertet
werden muß. Für die
TUI scheint die Öff-
nung für Sabre und andere START-Wer-
bener aus zwei Gründen nicht angetan, die
beide vor der Einigung über die Allianz mit
Amadeus resultieren. Zum einen erhält sie via
Amadeus einen Vertriebsweg ins europäische
Ausland, denn Bestandteil der Allianz ist die In-
tegration von verwandlichen START-Funk-
tionalitäten in das Amadeus-System. Die Norwe-
digkeit, den Weg über andere Systeme zu ge-
hen, wird zumindest in Ländern mit starker
Amadeus-Präsenz überflüssig. In Ländern mit
schwacher Präsenz ist das TUI-START-
Angebot gefordert, Marktanteile zu er-
halten. Der zweite Grund ist
unternehmenspolitischer Natur.
Nach zähem Ringen im START-
Aufsichtsrat haben sich
TUI, DB und die Luftlan-
sa auf die Konditionen der
Allianz geeinigt. Dieser
mühevollen Kompromiß, insbeson-
dere nach inhaltlichen Zugeständ-
nissen der Luftverkehrsgesellschaft, könnte aus
der Balance geraten. Schließlich
dürfte die Sabre-Option einen ge-
wissen Druck auf Luftmann aus-
geübt haben, bei den Konditionen
nachzugeben. Aus der Sicht der
TUI wird jedoch betont, daß man
in erster Linie die Absicherung
von START im Auge habe.



Nach hartem Verhandlungen einigen
sich TUI, DB und IT auf die Amadeus-
START-Allianz und deren Konditionen

Amadeus den internationalen Vertrieb über-
nimmt, einschließlich der ausländischen
START-Töchter. Die START-Geräte im Aus-
land bleiben jedoch bestehen. Die technische
Einrichtung und Anbindung an das START-
System wird sogar auf weitere Länder zum Bei-
spiel in Osteuropa ausgedehnt. Amadeus hat im
Vorfeld bereits behauptet, daß man die Vorteile
von START voll nutzen wolle. Die vergleichs-
weise schnell eingerichteten Anschlüsse an
START könnten sogar in Großbritannien die
Amadeus-Position verbessern helfen.

Lesen Sie weiter auf Seite 4

COU

UN
DIE VON
DER

REISE
AD 5

REISE
AD 5

REISE
AD 5

AUS
ZIELGE

DEUTS

Aufzeichnung

BITTI

Kultur

9875

Gut Nacht

9875

Obst Mar

12110/

Thailand

API

Image-Fake

LATEINI

In Europa

AD 5

Anzeigen

Stellenmarkt

Deutsche

Angebote

Kontakte & Pri

Gesamtwert

Aus- und Fort

Abbestellung

weitere Kernelement der Allianz bildet das START-Funktionalität als integraler Bestandteil des Amadeus-Systems. Die Non-Profit-Verfahren bis hin zum Rechte des im START-Modus sollen internationalisiert und über Amadeus vermarktet werden (siehe S. 25).

Um diese Anpassungen und weitere Entwicklungsarbeiten im Amadeus-Verfahren zu verankern, wird Amadeus mit 50 Prozent an der START Informationsgesellschaft. Gleichzeitig sollen Konflikte mit dem Amadeus-Software-House vermieden werden. Punkt vier der Allianz ist das START-Rechenzentrum. Es bleibt in Frankfurt, solange ein Transfer in das Amadeus-Rechenzentrum nach Erdling nicht dauerhaft wirtschaftliche Vorteile garantiert.

UI und DB haben sich ausbedungen auf Dauer entscheidenden Einfluss auf die START-Funktionalitäten zu behalten. «Wir wollen natürlich nicht, daß das, was entwickelt wird, was sich in Deutschland überhaupt nicht vermarkten läßt», begründet DB-Vorstand Helmut Neuhäus. Ärmelchen werden soll das, wenn die Entwicklungskompetenz bei der ART in Frankfurt bleibt.

So Vereinbarungen wird LH-Vorstand Henrich Klein, der gleichzeitig im ST/IT- und im Amadeus-Aufsichtsrat sitzt, gegenüber den weiteren Amadeus-Eigenen vertreten. Der Amadeus-Vorstand hat Einverständnis signalisiert, im Amadeus-Aufsichtsrat ist das OK und das kann wieder entstehen, denn die Air France schickt neue Vertreter. Das könnte den Abschluß verzögern.

Kapitel will seine seine Deutschland: Sie jedoch nicht aufgeben. Vice President Eric Speck will alle juristischen Mittel ausschöpfen. Neben der Option Bundeskartellamt werden Anträge auch die EU-Option prüfen. Um den Vertriebsindex für CRS und deren Eigenen heranziehen zu können, sind mehrere Fragen zu klären: Ist START als CRS im Sinne der EU-Regeln, oder wird es durch die Allianz dazu? Gehen die Nichtdiskriminierungsregeln nur für Airlines als Eigentümern, oder ist der Begriff zu erweitern? «Schließlich hat Dr. Cornelsen mitgeteilt, man sollte bei dieser Entscheidung nicht nur Verwalter, der auch Vertriebsindex sucht, sondern mehr aus der Sicht des Reservierungssystemen, berichtet: Speck.

ITB 1996 mit Rekordzahlen an Ausstellern und Besuchern

Als dynamische Branche erneut bestätigt

FVV 15. 3. 96. Die ITB hat sich erneut als Stimmungsbild der internationalen Tourismuswirtschaft bestätigt, erklärte Dr. Manfred Busche, Vorsitzender der Geschäftsführung Messe Berlin. Eine Umfrage ergab, daß 74 Prozent der Aussteller die derzeitige wirtschaftliche Situation als günstig bis sehr günstig bewerten.

VON KARIN LINDBER

Sehr gut akzeptiert wurde nach Angaben von Dr. Busche der Kongreß «Elektronik in der Touristik». Als positiv wurde auch bewertet, daß erstmals eine separate Multimedia-Halle zur Verfügung stand. Bestätigt habe sich auch das Konzept des Wissenschaftszentrums als Vermittler zwischen Theorie und Praxis. Der Wissenschaftspreis habe sich eines großen Interesses erfreut und soll wiederholt werden. Die übergreifenden Themen werden 1997 «Marketing im Tourismus» und 1998

«EDV-Einsatz im Tourismus» sein. Große Beachtung habe auch das Thema Umwelt gefunden. Die Veränderungen in der Tourismuspolitik und das neuere Konzept sowie die Maßnahmen der DZT hätten in der Tourismuswirtschaft und bei den Verbänden große Resonanz hervorgerufen, so DKV-Präsident Gerd Henschmann zum DZT-Incoming-Tag. Bedauerlich sei allerdings, daß die DZT ihre gute Marketingarbeit immer wieder selbst demonstrieren. «Sukzessive können wir nicht weiterpreisen», meint Henschmann. Kritik wurde an Literaturforum geäußert, das im kommenden Jahr verbessert werden soll.

Wie schon in den Vorjahren hat die Messe Berlin eine Befragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut durchführen lassen. Danach haben 44 Prozent der Aussteller während der ITB Geschäftsabschlüsse gefestigt. Aufgrund ihrer Kontakte erwarten 36 Prozent der Aussteller ein gutes Nachkriegsgeschäft. Geschäftskunden seien vor allem Fachleute aus Deutschland (44 Prozent) vor jenen aus den EU-Ländern und aus Mittel- und Osteuropa gewesen. 94 Prozent der Aussteller hatten einen positiven Messe-Eindruck von der ITB, 96 Prozent wollen 1997 wiederkommen.

Etwa 93 Prozent der Privatbesucher der ITB wollen 1996 mindestens eine Urlaubsreise unternehmen, wobei für 69 Prozent das Urlaubsziel für den Haupturlaub feststeht. Ihre Reiseziel-Entscheidungen werden zu 49 Prozent über Veranstalter-Kataloge, zu 41 Prozent auf Touristik-Messen und zu 10 Prozent anhand von Reiseführern und -büchern getroffen. Die ITB 1997 findet vom 8. bis 12. März statt. Der Fachbesucher wird auch im kommenden Jahr wieder am Montag durchgeführt. Er bleibt auf einen Tag beschränkt.

ITB größer als im Vorjahr Neue Rekordzahlen bestätigen Erfolg

FVV 15. 3. 96. Die ITB 1996 warf erneut mit Rekordzahlen auf. Auf größter Ausstellungsfläche waren mehr in- und ausländische Unternehmen und Länder vertreten als im Vorjahr. Die Daten (im Vergleich zu 1995):

Bruttostärke: 103 000 qm (95 000 qm)
Nettostärke: 64 863 qm (60 529 qm),
davon 30 789 qm (plus sechs Prozent)
an ausländische, 25 110 qm (plus elf Prozent) an inländische Aussteller
Zahl der Aussteller gesamt: 8125
(5283), 148 zusätzlich vertreten: Firmen und Organisationsstellen (208)
Aussteller inland: 1274 (1200)
Aussteller Ausland: 4951 (4083)
Länder und Regionen: 176 (173)
Entstehung: Georgien
Wiederbeteiligung: Guam, Haiti, Kroatien, Serbien, Monaco
Keine Teilnahme 1996: Eritrea, Gabun
Besucher 120 000* (118 644)
Fachbesucher: 80 000* (52 000)
*Bislang 12. März 1996

Amadeus Owners must agree to the START Alliance

SABRE threatens TUI with the Kartellamt

FV 15.3.90 TUI's refusal had the effect of a cold shower for SABRE. During the 1980s, TUI executive **Dr. Ralf Corsten** informed top SABRE man in Europe, **Eric Spink**, that TUI will not open itself to other CRSs. This decision is intended to support the **START-Amadeus Alliance**.

SABRE sees its own ambitious plans to win touristic travel agencies in Germany unjustly stopped, and will undertake investigative steps on the position of TUI with the **Kartellamt**. In the same manner, **SABRE** has already found an opening of the local rail **DB**. The **Kartellamt** will have to ask the question now if the strong TUI market position can be compared with the monopoly position of the **Deutsche Bahn**, and whether for that reason TUI's behaviour can be considered an abuse. For TUI, their opening up to other CRSs is not feasible for two reasons, which both resulted out of the agreement of their alliance with **Amadeus**.

For one, the alliance with **Amadeus** means a marketing channel for TUI in the other European countries, since a part of the alliance is the integration of **START** functionalities into the **Amadeus** system. The necessity to distribute through other systems will become superfluous, at least in those countries with a strong **Amadeus** presence. In those with a weak representation the **START-Amadeus** tandem will be forced to win over market shares.

The second reason is more of a business nature. TUI, **DB** and **Lufthansa** could only come to an agreement after tough rounds of discussions within the board of directors. The strenuous compromise, which resulted particularly after considerable concessions of **Lufthansa**, could be brought off balance. It could have been that the **SABRE** options had exercised certain pressure on **Lufthansa** to agree to their concessions. TUI however emphasizes that their main interest is to protect **START**.

START and Amadeus alliance encompasses four areas.

Internationally Amadeus takes charge of the marketing and sales for themselves and their subsidiary START, thus making void of the issue of sales in foreign countries.

START equipment in those foreign countries will be kept however. The technical set-up and connections to START system will even be extended to further countries such as those in Eastern Europe. Amadeus had declared that all of START assets will be used to their full extent. The relatively short time frame for a START installation might result in a stronger Amadeus position in Great Britain.

The second area of alliance is the integration of START functionalities into the Amadeus system. From non-air procedures to back office system in START mode, Amadeus wants to go international and will market the products.

In order to establish ground to the adaptation process and further development works needed within the Amadeus group, Amadeus will take up 50% shares in WART computer studies. By the same token, this step will sort out any competition issues with the Amadeus software house.

The fourth area of the alliance is START main data base. It will stay in Frankfurt as long as the transfer to Amadeus data base in Erding not prove to guarantee permanent economic advantages.

TUI and DB had reserved themselves the right to have a saying in the decision making process of any START functionality. "WC do not wish to have anything developed in Germany that cannot be marketed at all" declares DB Director, Mr. Heinz Neuhaus. This aim can be reached if the competent development decision makers do stay in Frankfurt.

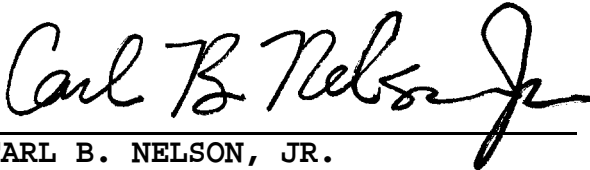
LE. Director Hemjö Klein, also member of the Amadeus board of directors . . will defend these arrangements in talks with the other Amadeus owners. The Amadeus executive board has consented and signaled that the Ifs and Whens for the Amadeus board of directors have become uncertain, since Air France is sending new representatives. This means a possible delay for an agreement.

Yc SABRE will not give up its aims in Germany without a fight. Vice President Eric Speck intends to use up all legal means. Besides the option of the Kartellamt, other EC options will be revised by lawyers. In order to approach the issue of the conduct code for CRS and their owners, many questions will need to be raised: is START a CRS according to the EC rules, or is it become one by way of its alliance ? Do the non discrimination procedures apply only to the airline owners, or should they not be spread out to a wider range? Eric Speck reports: " Dr. Corsten claimed in the end that this course of action was not done by a tour operator in search of wider sales horizon but was rather steered through the look of a computer reservation system ".

Article on front page of magazine FVW International
Edition 15.03.1996

CERTIFICATE OF SERVICE

I hereby certify that I have this day served the foregoing answer by fax on United and Lufthansa, and by first-class mail on all persons named on the service list attached to their application.



CARL B. NELSON, JR.

April 3, 1996